



**UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI**

**GENRE SEBAGAI SATU STRATEGI PEMASARAN  
DALAM INDUSTRI FILEM MALAYSIA**

**RAJA SYAFIQAH NUR FATIN BINTI RAJA AZHARI  
2011852504**

**SARJANA MUDA  
TEKNOLOGI KREATIF (KEPUJIAN)  
PENGURUSAN INDUSTRI KREATIF**

**MAC 2014**

**FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA  
SHAH ALAM, SELANGOR  
SESI 2014**

**DENGAN INI MENGESAHKAN  
PELAJAR: RAJA SYAFIQAH NUR FATIN BINTI RAJA AZHARI  
NO. MATRIK: 2011852504**

**TELAH MEMENUHI SEGALA SYARAT PENULISAN LATIHAN ILMIAH  
YANG DITETAPKAN OLEH JAWATANKUASA KHAS YANG DILANTIK  
OLEH FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI,  
UNIVERSITI TEKNOLOGI MARA (UiTM), SHAH ALAM**

**DAN INI MENERIMA HASIL KERJA INI PADA**

.....

**DI HADAPAN  
PENYELIA  
DR. NORMAN YUSOFF**

.....

**(TANDATANGAN)**

**DEKAN  
PROF. A. RAZAK HJ. MOHAIDEEN**

.....

**(TANDATANGAN)**

GENRE SEBAGAI SATU STRATEGI PEMASARAN DALAM INDUTRI FILEM  
MALAYSIA

RAJA SYAFIQAH NUR FATIN BINTI RAJA AZHARI

2011852504

Latihan ilmiah ini dikemukakan untuk memenuhi sebahagian daripada syarat  
memperolehi Sarjana Muda Teknologi Kreatif (Kepujian)

Pengurusan Industri Kreatif

FAKULTI FILEM, TEATER DAN ANIMASI

2014

## PENGAKUAN

Saya mengakui bahawa kajian ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali pendapat-pendapat dan karya-karya yang tiap-tiap satunya telah saya jelaskan sumbernya.

Kajian ilmiah ini juga belum pernah dihantar ke mana-mana institusi akademik atau bukan akademik untuk sebarang ijazah atau kelulusan.

Nama Pelajar : Raja Syafiqah Nur Fatin binti Raja Azhari

No Matrik : 2011852504

Program : Pengurusan Industri Kreatif / CT 226

Fakulti : Fakulti Filem, Teater dan Animasi

Tajuk Kajian : Genre sebagai Satu Strategi Pemasaran  
dalam Industri Filem Malaysia

Tandatangan :  
.....

Tarikh :

## ABSTRAK

Kajian ini dilakukan bertujuan untuk mengenal pasti tentang penggunaan genre sebagai strategi pemasaran dalam industri perfileman Malaysia. Kajian ini menghujahkan korelasi di antara penggunaan genre sebagai strategi pemasaran dan kejayaan komersial sesebuah filem. Latihan akademik ini meneliti bagaimana penggunaan genre yang dipaparkan sebagai alatan pemasaran menerusi dua bentuk mekanisma iaitu poster dan trailer filem. Fokus kajian adalah terhadap dua syarikat penerbitan iaitu MIG Production Sdn. Bhd. dan Skop Production Sdn. Bhd. di samping beberapa lagi syarikat penerbitan lain. Kaedah kajian yang digunakan untuk memperoleh data utama dan sekunder bagi memenuhi dua objektif kajian ini adalah kaedah penyelidikan kualitatif. Data utama diambil daripada kaedah analisis *discourse* dan data sekunder pula diperolehi daripada hasil temubual, penyelidikan perpustakaan dan internet. Hasil kajian ini menunjukkan MIG Production Sdn. Bhd. menggunakan genre di dalam alatan pemasaran mereka secara terus manakala Skop Production Sdn. Bhd. mendekati genre secara tidak langsung. Kajian ini juga memperlihatkan genre yang digunakan sebagai alatan pemasaran sesebuah filem telah membantu pemasarannya. Malahan juga, membantu produser-produser filem untuk memasarkan filem mereka dan menarik penonton yang mereka sasarkan. Secara kesimpulannya, kajian terhadap genre sebagai satu strategi pemasaran dalam industri filem Malaysia ini diharap dapat memperlihatkan genre sebagai satu sistem identifikasi dan jangkaan penonton yang membantu pemasaran sesebuah filem.